

Matambú: Acercamiento a sus herramientas de Comunicación

Curso de Comunicación para otras Carreras

Primer semestre 2018

Sede Guanacaste UCR, Liberia

Profesor: Alejandro Vargas Johansson

Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva, UCR





Contenido

Introducción	3
Inventario	6
Necesidades de comunicación	9
Públicos estratégicos	12
Propuestas de mensajes-productos comunicacionales de cada estudiante	13
Más entornos para experimentar mientras se aprende	13
Productos de maíz o leche empacados	15
Valla sobre la carretera principal a Nicoya	16
Política municipal para celebrar al Pueblo Indígena	17
Alianzas con sector privado y comunitario	18
Letreros con palabras en el idioma “chorotega”	19
Talleres dirigidos a jóvenes para fortalecer su identidad	20
Hacer atractivos los alimentos	21
Una marca para sus artesanías	22
La peña cultural de Matambú	22
Giras de escolares, colegiales y universitarios	23
Brochure informativo sobre Matambú	24
Propuesta de Luz García:	24
Llevar Matambú a las universidades	24
Video con imágenes de un “dron”	25
Conclusiones y recomendaciones	26
Agradecimientos	28
Anexos	29



Introducción

En mayo del 2018, los estudiantes del curso "*Comunicación para Otras Carreras*" de la Sede Guanacaste de la Universidad de Costa Rica UCR visitaron la comunidad indígena de Matambú en Hojancha, a unos 90 kilómetros de Liberia.

La comunicación para efectos de este curso se entiende un proceso inherente a la relación de los seres vivos. Los procesos comunicativos articulan la cultura y las relaciones; de ahí que todos los ejercicios profesionales están vinculados con esta disciplina.

Ya sea que se trate de comunicación interpersonal, grupal o masiva; mediada o no por equipos electrónicos o por las tecnologías de la información y la comunicación, es fundamental comprender que esta no ocurre en el vacío, sino entre seres humanos cargados de historia, de contradicciones, de experiencias significativas.

El objetivo estudiantil de la visita a Matambú fue identificar necesidades de comunicación para responder con la propuesta de productos específicos: carteles, mantas, señales, memes, páginas en la web, etc.

La intención académica consistió en desarrollar en el campo, el módulo de la "*comunicación inclusiva*", es decir, las herramientas y procesos comunicativos que intentan equiparar la cancha dispareja de aquellos grupos humanos que por años, décadas o siglos -como es el caso del Pueblo Indígena Chorotega- han enfrentado vulnerabilidades.

El curso parte, eso sí, del mismo conocimiento comunitario sobre la comunicación; pues no interesa imponer ninguna visión particular sin considerar las realidades y las condiciones comunitarias.



Antes de la visita a Matambú, los estudiantes se informaron de las exclusivas investigaciones de la antropóloga californiana Karen Stocker, quien además envió videos explicando la importancia de que los universitarios se acerquen a las comunidades indígenas para comprender el verdadero significado de un país pluricultural y multiétnico, como Costa Rica. Esta información académica y una evaluación de lectura permitieron a los estudiantes ampliar contexto y antecedentes sobre el Pueblo Chorotega (*Ver Anexo*)

Nadie del estudiantado ejercerá la comunicación como profesión; sin embargo, durante un semestre recibieron información sobre expresión oral, expresión escrita y lenguaje corporal, así como comunicación organizacional aplicada a cada uno de sus ámbitos de estudio y comunicación mediática. Ninguno de los estudiantes había estado en esta comunidad.

El acercamiento con Matambú se limitó a conversaciones durante medio día con gente de la comunidad vinculada a alguna actividad económica orientada a recibir visitantes.

Durante la gira, Ezequiel Aguirre, del proyecto turístico Namu Nekupe, habló de sus esfuerzos en algunas redes sociales, en conceder entrevistas para medios de comunicación, en rotular los senderos así como la comunidad. Reconoció que su cerámica de colores más apegados al barro natural, se volvió atractiva para un hotel cuando subió fotos y a partir de eso, le encargaron un mural de cerámica. Existe, además, la experiencia de jóvenes matambugüeños por promocionar su comunidad como un destino cultural.

Por su parte, Pedro Pablo Pérez, dueño de un comedor familiar y de una exhibición de artesanías, explicó que inicialmente se enfocaron en estudiantes e investigadores como receptores de sus servicios. Pérez explicó que más que un "tour" interesa que la gente los percibe como una "casa" donde compartir comida, cultura e historia.



Durante la gira, también se recibió información oral de Gladys Mora y Elizabeth Hernández.

A su vez, las personas con quienes conversamos, mencionaron otra gente clave como *"doña Flor"*, *"doña Margarita"* y *"doña Mildred"*.

El joven universitario de la comunidad, Marvin Hernández fue entrevistado posteriormente vía telefónica por el estudiante Berny Chavarría quien aportó sobre los trabajos de difusión comunitaria que hacen en redes sociales.

Por su parte, la estudiante Sirley Boza, conversó telefónicamente con el maestro de la escuela, José Bivian Aguirre. quien destacó las actividades que hacen desde la escuela para involucrar más a padres y madres en la promoción de valores con sus hijos. Lamentó que los mismos matambugueños no sienten esa identidad Chorotega por lo que hay que trabajar para que los padres y madres la inculquen a sus hijos.

Tras la gira, también se produjo un programa de radio que se transmitió por la radioemisora **870 UCR**, ubicada en la Sede Guanacaste UCR (*Ver Anexo*).



Las estudiantes Keylin López y Luz García transmitieron un programa especial sobre Matambú en la 870 UCR de la sede Guanacaste UCR



Inventario

La comunidad de Matambú cuenta con experiencias, habilidades y actividades que les permite proyectarse a públicos nacionales e internacionales para dar a conocer su cultura. Enlistamos algunas de ellas:

- Existe la experiencia de solicitar permisos a la institucionalidad pública para desarrollar actividades económicas diversas. De hecho, ya cuentan con los permisos del Ministerio de Salud y de la Municipalidad para el procesamiento y venta de alimentos a los visitantes.
- Si bien no todos participan de la conversión del barro en cerámica, y parece ser una actividad de adultos mayores, la comunidad tiene el conocimiento y voluntad de parte de Ezequiel (65 años) para desarrollar esta actividad tradicional. Él ha recibido capacitaciones para el diseño de piezas que le han valido el reconocimiento de alguna parte del sector hotelero.
- Existe la vocación de informar sobre la riqueza natural del lugar. De hecho, algunas de las especies forestales están debidamente rotuladas en los senderos. Esta práctica permite que el tránsito por el bosque sea también una experiencia de aprendizaje. Algunos de los senderos ya tienen barandas para la seguridad del visitante.
- Ya forma parte de la cultura, compartir las recetas de platillos y bebidas, propias de la región, tal es el caso del "*murrú*" y el "*arroz de maíz*". Esta es una forma atractiva para hablar de tradiciones e historia a través de la comida.



- Si bien durante la gira, solo compartimos con personas adultas, logramos identificar que existe desde ya talento juvenil para la promoción de valores chorotegas por medio de internet, tal es el caso de Marvin Hernández quien es un joven de Matambú que estudia turismo en la Universidad Nacional, sede Nicoya. Él ha sido uno de los responsables de la estimulación en el área de visitas a la zona. Trabaja con la página de Facebook llamada "*Matambú Tours*". Marvin, junto a colaboradores extranjeros del Cuerpo de Paz, crearon esa página para promocionarse.
- Ya cuentan con la visión de que los visitantes tengan una experiencia diversa la momento de conocer Matambú. Hay "*tours*" que brindan a los visitantes una experiencia que mezcla aventura, gastronomía y artesanía.
- Se lograron identificar, además de las publicaciones en redes sociales, algunos brochures y papelería dirigidos a públicos externos sobre Matambú. Esto significa que ya existe vocación por dar a conocer de manera organizada la realidad de su comunidad pensando en las expectativas del visitante.
- La comunidad sabe que la tradición oral para contar sus historias es una forma interesante de cautivar al visitante. De ahí, que tienen planificados espacios amplios y con bancas para la convivencia, el diálogo y el intercambio de saberes. Existe además una documentación de historias orales, impresa por la Universidad Nacional, hecha años atrás por la antropóloga estadounidense Karen Stocker.
- Desde la escuela, se hacen actividades para fortalecer la cultura. Realizan comidas tradicionales en la escuela con los padres y madres de familia. A la vez que favorecen una integración de familiar, desarrollan competencias, atletismo, brincan suiza, saltan sin impulso, juegan bingo. También los docentes hablan a los estudiantes sobre su cultura y cuentan con rótulos en el idioma Chorotega.



- Existe ya organización comunitaria en torno a festivales en los que se promociona y difunde su identidad. Por ejemplo, para finales de julio estaba programado el Festival del Maíz. Si bien el maestro Aguirre comentó, en junio, que aún no recibían confirmación de la participación de instituciones como el Ministerio de Agricultura y Ministerio de Ambiente y Energía, es una práctica destacable esa organización misma de la Escuela y la comunidad.



El proyecto turístico y educativos ya cuenta con rótulos para informar a sus visitantes.



Necesidades de comunicación

Sin bien Matambú avanza para promocionar su cultura y a la vez, generar actividades económicas que fortalezcan los ingresos familiares, también hay realidades del ámbito de la Comunicación que bien podrían superarse. Algunas de las necesidades identificadas son:

- Los productos alimenticios y sus recetas carecen de un historial escrito, diagramado o animado que bien podría complementar la declaración oral que muy eficientemente desarrollan principalmente las mujeres que preparan las comidas. Mayor variedad en la producción alimenticia proyectaría aún más el historial gastronómico del Pueblo Indígena y de la provincia.
- Falta renovar los productos comunicacionales, como brochures, con contenidos actualizados, sobre las experiencias que se ofrecen en la comunidad, tales como artesanías, y costumbres. También hay que considerar formas novedosas de distribución además de los contenidos escritos y gráficos.
- Para la población que se traslada en carro sobre la vía que une Nicoya con Santa Cruz es deseable recordar la presencia del único Pueblo Indígena del Pueblo Chorotega. Alguna rotulación o publicidad exterior podría invitar a más gente a visitar Matambú.



- Segmentar los públicos a los que la comunidad le interesa dirigirse es una necesidad a la que hay que ofrecer respuestas pues no todos los mensajes llegan por igual a todo el mundo por las mismas vías. Por ejemplo, la población joven universitaria de la provincia está muy presente en redes sociales, de ahí que reforzar ese canal de distribución con contenidos atractivos, podría redundar en la visita de más universitarios en el marco de sus procesos de aprendizaje. Aquí se partiría del supuesto de que el estudiantado impulsaría con sus respectivos docentes la visita a Matambú.
- Si bien el mejoramiento del servicio y cobertura de internet escapa de las posibilidades inmediatas de cada comunidad del país: la ausencia de acceso a la red óptima y la falta de equipo dificultan trabajar los contenidos digitales. De ahí que es necesaria una gestión comunitaria para colocar el tema con las autoridades nacionales y locales, así como con las empresas vinculadas.
- Se identificó que los adultos perciben que las personas jóvenes carecen de interés para difundir su cultura y sus orígenes. Sin embargo, también logramos identificar jóvenes interesados en su proyección comunitaria. No obstante, se mencionó que hay una generación que prefiere no decir que es de Matambú por temor a los estereotipos y discriminación. De ahí, que las intervenciones psicológicas son importantes al momento de trabajar en rescate de valores.



Ezequiel Aguirre en el torno que él mismo fabricó.



- Esas aparentes deficiencias en la identidad de Matambú no solo son de percepciones de adultos sobre jóvenes, también hay de adultos hacia adultos. Por ejemplo se nos dijo que no todos los adultos perciben interés por trabajar el barro, hacer comidas tradicionales, sembrar plantas medicinales, monitorear la educación cultural que recibe la niñez en la escuela, por ejemplo. Es decir, solo algunas personas, claramente identificadas, mantienen esa actitud de rescatar y compartir valores y tradiciones. El maestro José Bivian Aquirre opinó que necesitan fortalecer y crear esa identidad Chorotega primeramente desde el mismo pueblo. Dijo que la gente tiene mal empleado el concepto de indígena.



Matambú está rodeada de bosques que connotan una vocación por el cuidado del ambiente.



Públicos estratégicos

En Comunicación, los públicos son fundamentales para planificar una estrategia. Se parte de la creencia que un mensaje, con características afines a esas personas o instituciones, podría facilitar un cambio de comportamiento o percepción.

Aquí se enlistan esas personas o instituciones a las que la comunidad de Matambú podría dirigir algunos de sus mensajes para lograr objetivos específicos de Comunicación:

- Organizaciones de Turismo de corte nacional, como la Cámara Nacional de Turismo Canatur, o bien regionales, como la Caturga o Calitur.
- Estudiantes universitarios de Guanacaste ya sean de universidades estatales o públicas.
- Docentes de escuelas y colegios de la provincia de Guanacaste.
- Funcionarios de instituciones públicas.
- Jóvenes del cantón de Nicoya y Hojancha.
- Visitantes extranjeros y nacionales, en calidad de voluntarios o turistas.
- Historiadores nacionales e internacionales.
- Todos los vecinos de la comunidad de Matambú, tomando en cuenta a las diferentes generaciones que ahí conviven.



La conversión del barro en cerámica ocurre en la misma edificación donde se recibe a visitantes.



Propuestas de mensajes–productos comunicacionales de cada estudiante

Cada estudiante describe aquí un producto ideal de Comunicación para responder a alguna de las necesidades enlistadas en el apartado anterior y para permear alguno de los públicos identificados.

Se brindan las características físicas del mensaje propuesto, las habilidades necesarias para desarrollarlo, el público al que se dirige, las recomendaciones para quienes gestionen la Comunicación y ojalá, algún presupuesto aproximado para implementarlas, a precio de mercado.

Más entornos para experimentar mientras se aprende

Propuesta de Patsi Arias:

Con el fin de enriquecer el atractivo de las actividades del proyecto *Namu Nekupe* se propone ampliar las capacidades del taller con más tornos para que don Ezequiel explique la técnica mientras él y el aprendiz van moldeando el barro, cada uno en equipos independientes.

Se pretende satisfacer a los visitantes para que experimenten con sus manos la producción de este tipo de artesanía. Se parte de la premisa de que leer o escuchar un relato, no es igual a experimentar y sentir.



Durante nuestra experiencia en Matambú, don Ezequiel Aguirre, nos narró que *"muy pocos"* conservan ese conocimiento para la conversión del barro en cerámica. Humildemente nos dijo, que él es el único que tiene montada una máquina de cara a los visitantes. Nos mostró detalladamente el proceso de confección de algunos productos.

Es por esta facultad, que el mismo don Ezequiel creó su propia máquina *"hechiza"* de la que él se siente orgulloso y desafió el conocimiento de un capacitador años atrás cuando recibió un curso. *"Voy a hacerme una propia"*, le dijo don Ezequiel al incrédulo capacitador.

Crear máquinas de este tipo para los visitantes que gusten sentir en sus manos el placer de la creación. Una clase interactiva mientras los visitantes son alumnos y practicantes al mismo tiempo.

- **Presupuesto estimado por máquina: ₡58.500**
- Cableado eléctrico: ₡3.000
- Cuchilla eléctrica: ₡8.000
- Motor: ₡10.000
- Potenciómetro eléctrico: ₡15.000
- Dos tinajas: ₡5.000
- Dos aros: ₡8.000
- Tres correas dentadas: ₡7.500
- Otros insumos (*tornillos, tuercas, clavos, etc*): ₡2.000

Cabe destacar que cada uno de estos insumos pueden ser conseguidos de segunda mano, no precisamente nuevos. Los precios aquí expuestos son de artículos nuevos, en el caso de acceder a la reutilización el precio va a bajar.



Productos de maíz o leche empacados

Propuesta de Catalina Barahona:

Noté que la señora Elizabeth (quien es encargada de preparar la deliciosa comida) está muy consciente de los permisos y requisitos necesarios para la confección y venta de alimentos en un establecimiento. Por ejemplo, tiene al día el Permiso Sanitario del Ministerio de Salud, el Certificado de Licencia Municipal de Actividades de Servicios de Comidas y Bebidas y la Constancia de Inscripción de la Dirección General de Tributación además del carné de Manipulación de Alimentos.

Para tener al día estos requerimientos, es necesario pagar una suma de dinero que sólo pueden obtener a partir de la clientela.

La falta de clientes regulares puede significar un problema para mantener la calidad de los servicios alimentarios, por lo cual propongo hacer productos derivados de maíz, leche, u otros, que se podrían vender dentro del establecimiento para recibir un ingreso adicional. Los permisos necesarios ya están, además, doña Elizabeth tiene una cocina apta para elaborar esos subproductos.

La señora nos expresó que tiene el conocimiento para hacer rosquillas y otros derivados de maíz. Por esta razón se propone la idea de hacer una pequeña exhibición de los productos derivados para que la persona que venga a visitar puede llevar consigo un producto empacado en una bolsita de plástico suave que esté sellado con una etiqueta que nombre: el producto y sus respectivos ingredientes, además de la fecha de elaboración para un debido control de calidad.



Valla sobre la carretera principal a Nicoya

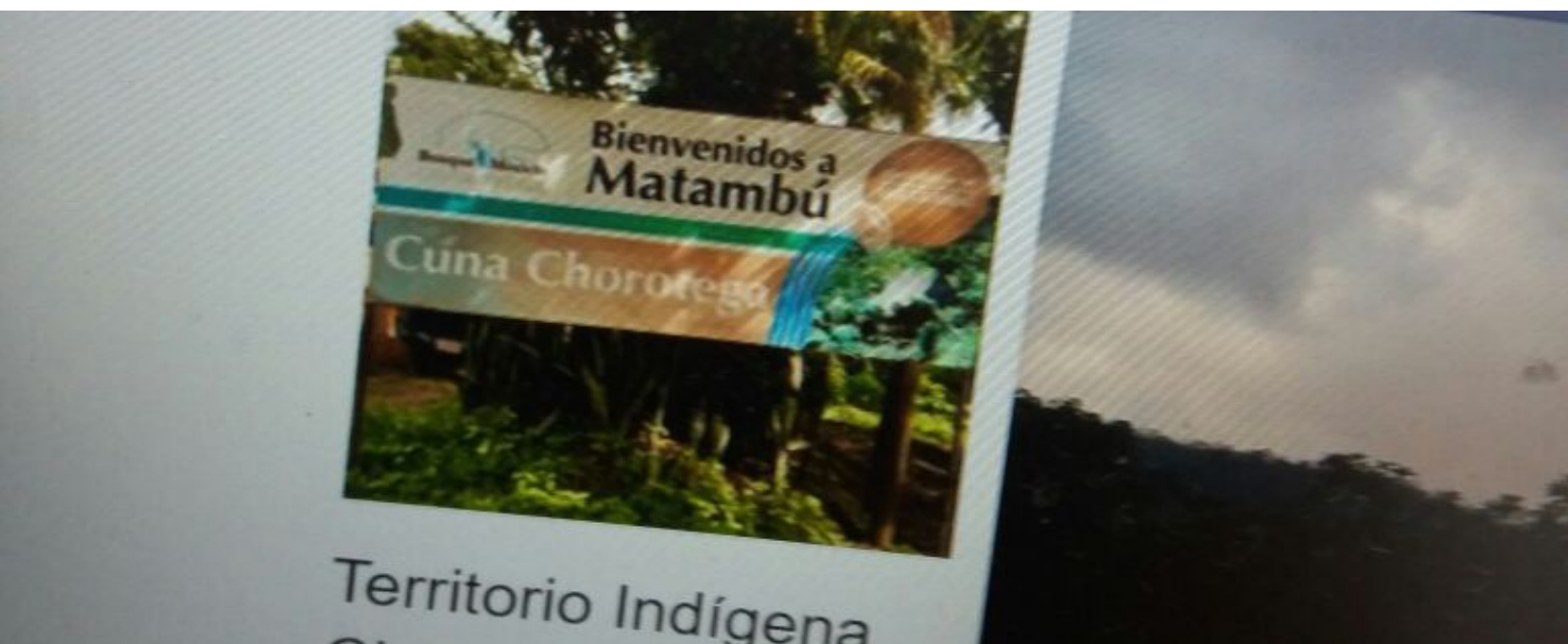
Propuesta de Fauricio Ruiz:

Matambú es el territorio del Pueblo Chorotega que aunque es tradicionalmente histórico, el país lo conoce poco. Se habla poco de él y carece de publicidad para invitar a los costarricenses y otros visitantes a disfrutarlo.

Hay proyectos familiares equiparados con servicio de comidas, hospedaje, ventas de artesanías para atender a visitantes.

Se propone un letrero informativo para colocarlo en la carretera principal de ingreso a Nicoya, con el objetivo de atrapar miradas nacionales y extranjeras. La valla incluye el nombre de la comunidad así como imágenes de hospedaje, alimentación, caminata, ríos y artesanías.

El costo del producto es de 25 mil colones aproximadamente, una tarea realizada manualmente con materiales reusables y otros. Además de buscar la finca para colocarlo, es deseable conocer las indicaciones de la Dirección de Tránsito para vallas en la carretera.



Matambú ya cuenta con una página de Facebook para difundir sus mensajes.



Política municipal para celebrar al Pueblo Indígena

Propuesta de Edgar Carvajal:

Esta comunidad debe comprender que si desea ser más visible ante los turistas locales y extranjeros, tiene que buscar más alianzas que permitan para contar su historia a Costa Rica y el mundo. Una manera de hacerlo es que los Municipios de Nicoya y Hojancha, vecinos al territorio, celebren un día al año esa vecindad con el única comunidad indígena del Pueblo Chorotega.

Si las Alcaldías y los Concejos Municipales logran entender la importancia de que estas costumbres sobrevivan, sería posible decretar un día especial para esta comunidad, e instaurar así una política municipal que reconozca la diversidad cultural y étnica.

Luego, desde el sector educativo se podrían implementar alianzas entre las escuelas de los cantones vecinos. Actividades como desfiles, obras de teatro y partidos de fútbol involucrarían tanto a escolares, colegiales y a la misma comunidad en torno a su cultura y el orgullo de sus orígenes.



Ezequiel Aguirre da la bienvenida con una charla introductoria.



Alianzas con sector privado y comunitario

Propuesta de Carlos Dinarte:

El proyecto turístico *"Namu Nekupe"* es un emprendedurismo acertado por parte de sus fundadores. Apostaron por exaltar la cultura chorotega a través de sus propias experiencias de vida, fundamentados en el arte, la comida y la cultura étnica. El futuro de *"Namu Nekupe"* es promisorio pero necesita fortalecer relaciones con sector privado, entes gubernamentales y con la propia comunidad para lograr alianzas estratégicas.

Grupos organizados, asociaciones vecinales e instancias cantonales deben conocer la experiencia de *"Namu Nekupe"*.

El sector privado turístico (hoteles, artesanía, transporte y touroperadores, negocios de artesanía) podría promocionar también la cultura chorotega, bajo una óptica de protección para muchos años más.

Antes de llevar a cabo estas alianzas, el proyecto debe fortalecerse los canales comunicativos con el visitante actual y el visitante potencial mediante productos físicos y digitales.

En los físicos, destacan los brochures impresos con el nombre del proyecto, vivencias para el visitante (caminata, talleres de arte...), breve reseña del proyecto (donde está ubicado, contactos, redes sociales, sitio web). Vallas publicitarias sobre carretera para despertar deseos de conocer el proyecto. La entrada al proyecto debe ser visible, atractiva e inconfundible. Respecto a los digitales: un sitio web con información actualizada acerca de los servicios: caminatas, balnearios y otros (Los mismos contenidos de los productos físicos pueden servir para este sitio). Además, la comunicación actual gira en torno a la imagen. Además de la foto fija, los videos realzan las vivencias y pueden almacenarse en una plataforma gratuita como youtube.



Letreros con palabras en el idioma “chorotega”

Propuesta de Iván Jiménez:

El lenguaje oral y escrito es muy importante para esta y todas las culturas. Si bien su idioma se considera extinto, pues ya no tiene hablantes, existen libros que recogen sus palabras. Rescatarlas es un mandato histórico y a la vez un gancho para enseñarlas a las nuevas generaciones y además, mostrar esa riqueza lingüística a sus visitantes.

Mi propuesta es la creación y colocación de carteles o letreros con estas palabras, algunos cerca del objeto que representan, otras colocadas al alzar en cualquier sitio, siempre y cuando sean visibles al público. La idea es que estos letreros evidencien el idioma chorotega y su traducción al español e inglés. En la visita realizada a este territorio indígena logramos visualizar al menos 3 letreros, entre ellos los siguientes:

Namu Nekupe significa *pequeño cielo* en el idioma chorotega, mientras que In *lak"ech Hala ken* es un *saludo* maya. El objetivo de esta propuesta es aprovechar los registros del lenguaje escrito que poseen y crear letreros con palabras tales como

- **Nyumbi:** perro - dog.
- **Gapubime deo:** Dios - God.
- **Botupu:** correr - to run.
- **Nikupu:** tierra - earth.
- **Nyuripo:** tomate - tomato.
- **Nakumbui:** iglesia - church.
- **Najmu:** dinero - money.
- **Noji:** mujer - woman.
- **Coehyo:** padre - father.
- **Camo:** gracias - thanks.

Y frases como *guay cane noy*: dame un pedazo de tortilla - give me a piece of tortilla.



Talleres dirigidos a jóvenes para fortalecer su identidad

Propuesta de Keylin López:

Este es un proyecto de intervención tomado del curso de "*Psicología comunitaria*" para que los jóvenes de Matambú recuperen su identidad comunitaria. Se parte de la premisa de que los grupos necesitan constantes estímulos para fortalecer el vínculo.

Se debe trabajar el autoliderazgo pues al ingresar a un nuevo grupo, las facultades de cada integrante son como un diamante en bruto.

Las metodologías son los talleres pues garantizan la interacción de los integrantes.

Con el predominio de las relaciones afectivas, se da paso al sentido de pertenencia. Para ser miembro, cada joven requiere que sus directrices deben ser compartidas, aceptadas y/o toleradas por los integrantes. Sin embargo, no se puede obligar a aceptarse facultades ni nadie puede delegar facultades a otros jóvenes; cada individuo opta por aceptar una nueva dirección, es un autocambio.

En el momento que se consigue ese autoliderazgo, se puede construir una propia identidad, conociendo los límites y virtudes de sí mismo, así como las relaciones de poder. Con los talleres propuestos se aporta, entonces, seguridad al grupo y cada integrante logra convertirse en una herramienta para el cumplimiento de roles dentro de su comunidad.



Hacer atractivos los alimentos

Propuesta de Yeimi Marín:

Considero que una de las necesidades es presentar sus productos alimenticios de una forma más llamativa e informativa.

Propongo que se realice brochure con el nombre del producto y tal vez, una imagen. Contar la historia del platillo, destacar los cultivos de la zona y enlistar los ingredientes sería contenidos valiosos.

Mostrar los pasos para realizarlo mediante una ilustración permitiría que los visitantes conozcan el qué y el cómo de los alimentos. Esta información puede evitar intolerancias o alergias a algunas personas.

Por ejemplo, para los textos y fotos sobre el *Murrú* y el *arroz de maíz*, platillos que se sirven a menudo, podrían imprimirse y emplasticarse unos diez. Y luego de cada visita, guardarlos. Emplasticarlos aumenta su durabilidad y que en el caso de derrame de alguna comida o bebida, estos se conservan.

La impresión a color cuesta *₡300* cada hoja, con alrededor de 3 metros de plástico adhesivo se emplastican 10 brochures cuyo costo ronda los *₡6000*. No se incluye, eso sí, el costo del diseño gráfico.

El *Murrú* podría servirse en una ollita de barro que lleve inscrito el nombre de la bebida, y repartirse durante la inducción de la historia de Matambú.



Una marca para sus artesanías

Propuesta de Rafaela Oporta:

Sería una buena idea que crearan su propia marca para vender sus artesanías en distintas tiendas de souvenirs del país.

En la etiqueta se podrían incluir reseñas históricas con el fin de brindarle una mayor información al comprador.

Durante nuestra visita, observé que además de sus creaciones de barro, también tenían aretes, llaveros, lámparas y hasta collares. Estos artículos poseen una gran demanda en el mercado por lo que con una marca que transmita un concepto sobre Matambú, sería posible obtener más clientes.

La peña cultural de Matambú

Propuesta de Javier Ortiz:

Mi propuesta desarrolla la comunidad a través de la cultura y el arte, para crear identidad y transmitir una imagen global y propia sobre Matambú. Propongo una “Peña Cultural” que sería la culminación de un proceso participativo de toda la comunidad.

Es una actividad que promueve el interés comunitario por su propia cultura, propicia un espacio donde las personas puedan exponer su arte, sus expresiones, atractivos del lugar e incluso, fomenta el respeto por su identidad y sus antepasados. El objetivo es ver la cultura no como un cuadro en un museo, sino como una realidad que invita a la integración pues la cultura es una expresión humana.

La realización de esta Peña Cultural se llevaría a cabo mediante un proceso en el que los vecinos se organizan mediante diferentes actividades semanales tomando en cuenta a los adultos mayores, adultos, jóvenes, adolescentes y niños.



Es muy importante la planificación de cada sesión de acercamiento a la población a través de actividades lúdicas que incentiven la creatividad y la participación. Además, sería ideal trabajar de manera conjunta con profesionales como trabajadores sociales, psicólogos, agrónomos, artistas y otras ramas del conocimiento que pueden generar sinergias adicionales para el desarrollo comunitario. De volverse una actividad recurrente, se recomiendan "temáticas intencionadas" que son temas que se eligen para cada peña y que se desarrollan dando mensajes ambientales, sociales, culturales, que tratan de sensibilizar a la comunidad.

Giras de escolares, colegiales y universitarios

Propuesta de Cristhofer Rivera:

Una de las propuestas para que esta comunidad sea más conocida es que las generaciones jóvenes que están en alguna institución educativa, visiten el lugar. Para lograr ese objetivo se propone identificar y contactar docentes de Estudios Sociales, directores de escuelas y profesores universitarios de Estudios Generales, Historia, Psicología, Sociología, Antropología para que desarrollen actividades educativas que impliquen la visita a la comunidad.

Además es posible ofrecer a las instituciones educativas, espacios para realizar trabajos comunales o voluntariados. De hecho, Matambú ya tiene experiencia en voluntariados con estudiantes extranjeros. Sondear posibilidades con estudiantes nacionales fortalecería esa vocación por acoger a los visitantes que además de convivir, dejan algún aporte.

Con la visita a este lugar, es posible que la gente hable más de sus tradiciones así como de las actividades comunitarias.



Brochure informativo sobre Matambú

Propuesta de Luz García:

Para dar a conocer la comunidad de Matambú, único territorio indígena de la provincia de Guanacaste, propongo un brochure informativo que incluya la ubicación del lugar, formas de llegar y sus actividades: artesanía, senderos, y sus acogedoras cabañas de paja.

Resultaría estratégico distribuir el brochure en las universidades, bibliotecas del cantón de Nicoya, escuelas y colegios, municipalidad. El objetivo es que la población guanacasteca conozca Matambú.

El costo por cada brochure tendrá un precio aproximado de **₡400** -sin contar el costo del diseño gráfico- ya que la impresión debería ser a color.

Llevar Matambú a las universidades

Propuesta de Eliane Agüero:

En nuestra visita a Matambú noté que su historia y cultura son atractivas para académicos y estudiantes ¿Cómo acercarnos a ese público?

Las universidades estatales son aliados para desarrollar este interés por Matambú. Propongo elaborar afiches que despierten esa motivación.

¿Cómo hacerlo? Por ejemplo, Don Ezequiel nos comentó que los habitantes originarios tenían una especie de "**sauna**" (baño de vapor o de sudoración que se realiza a muy alta temperatura). El afiche, entonces, podría decir: "¿Sabía usted que hace cientos de años nuestros antepasados tenían la capacidad de generar baños de vapor como parte de sus rituales?".

Estos afiches serían colocados en los diferentes campus Universitarios, con el apoyo de la Asociación de Estudiantes y las Direcciones.



En la *UCR sede Guanacaste* el actual director es historiador, por lo que podría ser de su interés. También en la UCR hay un curso de Historia de la Cultura, como parte de Humanidades.

De ésta forma, podríamos despertar el interés de profesores para que organicen giras a Matambú.

El papel afiche tiene dimensiones de *12 pulgadas de ancho por 18 pulgadas de largo*, cada uno costaría *₡850* con un pedido mínimo de *12 unidades* o *₡650* de *50 afiches* para adelante.

Para el desarrollo de estos afiches contacté a un viejo colega y se ofreció a diseñarlos de manera gratuita, por lo que el único costo que tendría el proyecto, sería la impresión.

Video con imágenes de un “dron”

Propuesta de Diego Delgado:

En la parte publicitaria, además de la buena administración de la página existente de *Facebook*, sería la producción de un video en el destaquen los atractivos naturales y culturales con los que cuenta la finca de don Ezequiel, así como todos los elementos que caracterizan lo que queda de las costumbres y tradiciones chorotegas.

En el video con la ayuda de un drone se puede mostrar desde el aire la cantidad de vegetación, los senderos y la catarata, esto en la parte natural. Para destacar las actividades culturales, se debe grabar el proceso de la elaboración de vasijas de barro, las palabras en idioma chorotega y la preparación de los alimentos.

El costo de grabar con los materiales necesarios y la edición del video tendría un valor aproximado de *₡100.000*.



Conclusiones y recomendaciones

- Matambú ha construido su propia estrategia de comunicación de manera espontánea, como ocurre en muchas comunidades y organizaciones del país. La gente conoce la importancia de contarles “a otros” lo que hacen y lo que hay en su Pueblo. Sabe de objetivos, herramientas y productos para potenciar esos mensajes. Cuenta con gente de diferentes edades en esta gestión comunicativa que incluye la importancia de la oralidad, la gráfica, la relación interpersonal así como las redes sociales, cuando de distribución masiva se trata. Es de esperar que si los procesos comunicativos se planifican -quizás de manera escrita- se ejecutan y se miden, habrá una cosecha más abundante.
- Este documento es solo un aporte inicial e incompleto que debe enriquecerse con las opiniones de la gente de Matambú. No puede interpretarse como un libro de recetas ni como un manual a seguir, pues en las pocas horas que estuvimos en solo una parte de la comunidad, resulta imposible generar una propuesta integral. Eso sí, tiene el aporte inicial de provocar reacciones en la misma comunidad sobre sus prácticas y aspiraciones comunicativas. Por ejemplo, talleres comunitarios con gente de más sectores, de edades diferentes y dedicadas a actividades variadas, podrían aportar nuevas ideas y pulir aún más y mejor, el diagnóstico de su propia realidad.



- Las propuestas de los estudiantes, que no serán comunicadores en sus vidas profesionales, son valiosas por su diversidad pues incluyen la cultura, las intervenciones psicosociales, las marcas de productos, las políticas municipales, la promoción de valores, la producción alimentaria, entre otras áreas. Sin embargo, es necesario tomar en cuenta que los costos de algunas de ellas, así como la experiencia profesional para ejecutarlas, no necesariamente están hoy a la mano de la comunidad. No obstante, esas ideas, aquí esbozadas, podrían desarrollarse mediante alianzas con universidades, empresas privadas o instancias públicas.
- Por ser esta una experiencia académica que pretendía acercar a los estudiantes a lo que denominamos la “comunicación inclusiva”, se concluye que la vivencia fuera del aula permitió superar el vago conocimiento que tenían los estudiantes sobre el único Pueblo Indígena de su provincia. Los estudiantes, al escribir sus propuestas, evidenciaron un acercamiento más apegado a gente específica (“don Ezequiel, doña Elizabeth”) en situaciones particulares (“los senderos, la comida, la artesanía, los valores”). La comunicación social debe responder a necesidades mediante productos o procesos que impacten positivamente la calidad de vida de las personas. Dos estudiantes al final del semestre escribieron lo siguiente: “La gira y la radio fueron maravillosos debido a que son experiencias que nunca había tenido”, “Conciencia, experiencias, aprendizaje, realidad de pueblos indígenas” durante la evaluación del curso.



Agradecimientos

A Ezequiel Aguirre, Gladys Mora, Elizabeth Hernández y Pedro Pablo Pérez por recibirnos en Matambú y contarnos sus historias.

A Karen Stocker por acompañarnos académicamente a partir de sus investigaciones y compartir su conocimiento sobre Matambú.

A los estudiantes del curso "Comunicación para otras Carreras" de la sede Guanacaste UCR por comprometerse con el único territorio indígena de la provincia:

*Berny Chavarría, Patsi Arias,
Sirley Boza, Yeimi Marín,
Diego Delgado, Eliane Agüero,
Luz García, Cristhofer Rivera,
Javier Ortiz, Rafaela Oporta,
Iván Jiménez, Keylin López,
Carlos Dinarte, Edgar Carvajal,
Fauricio Ruiz, Catalina Barahona.*



En los senderos, Ezequiel Aguirre habló de la importancia de cuidar el bosque



Anexos

Anexo 1: Quiz previo a la gira

Quiz: MATAMBÚ

Comunicación para otras carreras.

NOMBRE:

Según la lectura no publicada y solo traducida para este curso: *"Localizando la identidad"* de Karen Stocker, clasifique las premisas como una **F** si es falsa o una **V** si es verdadera. *(Un punto cada una)*

- () El mercadeo de identidades puede fortalecer el sentido de comunidad.
- () El lugar toma un significado que puede provocar estigma o valor.
- () No hay grandes diferencias entre Matambú y las comunidades vecinas.
- () Cuando se intentó desarrollar la cerámica, Matambú lo asumió con mucho interés.
- () En el imaginario nacional del costarricense se privilegia tanto al campesino como al indígena.
- () Hay quienes han hablado de inscribir "Matambú" como marca registrada.
- () El territorio antes estigmatizado, ahora podría ser un emblema, opina la autora.
- () Los bailes típicos se presentan como campesinos pero en realidad son indígenas
- () Primero se llamaron reservas, ahora se conocen como territorios indígenas
- () Pintarse los cuerpos es del oeste estadounidense y no, chorotega.



Anexo 2: Práctica en clase previo a la gira

Comunicación para otras Carreras

Trabajo en clase

Integrantes:

Luego de ver los videos, contraste esos contenidos con las recomendaciones del Manual de la Comunicación Inclusiva (Vargas, 2009) que se desglosan a continuación:

Pueblo e idioma

Al momento de hablar de las personas indígenas de Costa Rica, recuerde que hay ocho pueblos con características e historias diferentes entre sí. Los ocho pueblos son: brunkas, bribris, cabécares, ngöbes, huetares, chorotegas, malekus y teribes. Al menos 4 de ellos conservan mayoritariamente su propio idioma: Maleku, Bribri, Ngöbe y Cábecar.

Piezas de museo

Evite referirse a las personas indígenas como piezas de museo. Expresiones como “nuestros ancestros” o los “primeros costarricenses” generan una nostalgia hacia el pasado. No se quede ahí. Haga visible la necesidad de políticas públicas para mejorar sus niveles de vida, respetar territorios, alentar capacidad organizativa y promover idiomas mediante la toma de decisiones participativas tanto a nivel local, nacional como internacional.

Más allá de la pobreza

Aparte de las situaciones recurrentes de pobreza y “atraso”, que se transmiten sobre los pueblos indígenas, recuerde también sus aportes en la medicina natural, la espiritualidad, la artesanía y la conservación de los recursos naturales, particularmente el agua y los bosques.



Pueblos sí, reservas no

En el país hay más de 24 territorios indígenas, lo que significa que hay pueblos que cuentan con más de un espacio geográfico delimitado. Prefiera la palabra “territorio indígena”, ya que “reserva” connota aislamiento o cuarentena. Tenga presente que “pueblo” se refiere a la cultura.

Entonces, *¿Tienen las noticias de TV una calidad aceptable desde la óptica de los derechos de las personas indígenas?*

Ustedes: *¿Qué harían igual? ¿Qué cambiarían o agregarían?*



Anexo 3: Guión del programa de radio

Curso: Comunicación para otras Carreras

Sede Guanacaste UCR

Programa: MATAMBÚ 11 DE JUNIO 2018

<u>CONTROL</u>	<u>ENTRA PRESENTACIÓN DE GUANACASTEQUEANDO</u>
LOC PRINCIPAL	<p>LOC 1 LUZ: A la comunidad de radioescuchas de GUANACASTEQUEANDO le damos una cordial bienvenida esta tarde. Este es un programa especial sobre Matambú. Damos las gracias al profesor Jorge Alvarado, quien nos facilitó este espacio. A ustedes, amigos oyentes, gracias por sintonizarnos por la Radio 870 UCR en amplitud modulada. Esperamos que disfruten del programa que hemos preparado para hoy. Transmitimos en vivo desde la Sede Guanacaste de la Universidad de Costa Rica en Liberia.</p> <p>LOC 2 DIEGO: Saludos. Hoy les acompañamos Luz García, Keylin López y quien les habla, Diego Delgado. En los controles se encuentra Stephanie Miranda quien también es estudiante de esta sede.</p> <p>LOC 3 KEYLIN: Hola efectivamente mi nombre es Keylin. Somos estudiantes del curso comunicación para otras carreras, aquí en la sede Guanacaste de la UCR. Les contaremos de nuestra gira a Matambú, única comunidad indígena de la provincia guanacasteca.</p> <p>LOC1 LUZ: Y como Diego les dijo, yo soy Luz....Y les invito a que nos acompañen a esta gira de campo... Matambú está a poco más de noventa kilómetros de Liberia. Es una comunidad ubicada justo en el límite entre Nicoya y Hojancha. Se llega por dentro como dicen los Nicoyanos, pasando por el puente de Casitas. O bien, por la carretera que une Nicoya con el puente La Amistad, desviándose eso sí, en el cruce de Hojancha.</p>
CONTROL	ENTRA mantenimiento de GUANACASTEQUEANDO
	(Bloque 1: PROYECTO 16 minutos aprox)



LOC PRINCIPAL	<p>LOC2 DIEGO: Cuando uno piensa en una comunidad indígena, se imagina cosas que no tienen que ver con la realidad. A Matambú se llega por calles que están en muy buen estado, toda la gente se viste igual a nosotros, hablan el español con el mismo acento.</p> <p>Es más, si no fuera por un rótulo a la entrada, uno ni se enteraría que estamos entrando a uno de los 24 territorios indígenas de Costa Rica.... Éste orgullosamente es el Pueblo Chorotega.</p> <p>LOC3 KEYLIN: El sol se asomaba tímidamente y los nubarrones anunciaban que pronto habría lluvia. Un verdor nos abriga y pronto conocemos a don Ezequiel Aguirre, un hombre de 65 años, quien al darnos la bienvenida, nos cuenta cómo saludarnos en el idioma Chorotega, ya prácticamente extinto.</p>
<u>CONTROL</u>	<p><u>01.Saludo.Ezequiel 0:31</u></p> <p>LOC1 LUZ: Ya saben, entonces: Ala Ken... Don Ezequiel nos recibe al lado de su casa. Es una estructura de madera de techo rectangular cubierta de hojas de palma muy bien amarradas entre sí. Ahí es su centro de bienvenida. Hay unas bancas en las que pronto nos acomodamos. Un par de hamacas que guindan de los horcones, también les sirve a algunos compañeros para ponerle atención a don Ezequiel cuando nos empieza a hablar de sus orígenes.</p>
<u>CONTROL</u>	<p><u>02.Orígenes.Ezequiel 4:58</u></p> <p>LOC2 DIEGO: En esta estructura, tan natural como la finca que la rodea, corre constantemente un aire fresco. Aquí don Ezequiel tiene su taller de cerámica, las piezas que moldea y colorea, se exhiben encima de un tablón y hay muchos recuerdos de visitantes anteriores a nosotros. Muchos voluntarios extranjeros han venido a apoyarlo... Preguntamos a don Ezequiel sobre las tradiciones, la cultura y la vida en Matambú... Como jóvenes que somos queremos saber si esa pasión que él tiene por el Pueblo Chorotega, la comparten también las nuevas generaciones.</p>
<u>CONTROL</u>	<p><u>03.Jovenes.Ezequiel 3:30</u></p> <p>LOC3 KEYLIN: Don Ezequiel también nos habló de los talentos jóvenes que sí trabajan al lado de ellos por rescatar su cultura. Googleamos en internet y nos encontramos algunas páginas en las que se ve el sello juvenil. Ahí se destaca el valor de ser indígenas y de preservar una cultura ancestral. También supimos que un muchacho de la comunidad que estudia en la Universidad Nacional en Nicoya, ganó un reconocimiento por diseñar un plan para promover la visita de más personas a Matambú.</p> <p>LOC1 LUZ: Bueno, antes de conocer que puede venir a hacer Usted acá a Matambú, escucharemos una entrevista que el profesor Alejandro Vargas hizo al hermano y vecino de don Ezequiel.</p>



	<p>(BLOQUE 2:ACTIVIDADES 10 minutos aprox)</p> <p>LOC2 DIEGO: Usted está en sintonía de Guanacastequeando. Son las dos y () de la tarde y estamos transmitiendo en vivo desde la Sede Guanacaste de la Universidad de Costa Rica. Esta es su emisora 870UCR en amplitud modulada. Hoy hacemos un viaje a Matambú, la única comunidad indígena del Pueblo Chorotega. Hace un par de semanas estuvimos allá, como parte de una gira de campo del curso Comunicación para Otras Carreras de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva que por primera vez se imparte aquí en Liberia.</p> <p>LOC 3 KEYLIN: Ya escuchamos que Matambú nos ofrece diferentes tonalidades de colores... No solo el verdor que nos cobija en medio de los senderos de esta finca, sino también las tonalidades de barro y las coloridas piedras de las que se extraen los tonos rojizos, cafés, verdes con los que se pintan las piezas.</p> <p>LOC 1 LUZ: Nos mantenemos en el rancho de paja, y ahora nos sentamos junto a don Ezequiel quien empieza a palmejar una pelota de arcilla, antes de encender el torno que él mismo fabricó, y que funciona con electricidad.</p> <p>LOC. 2 DIEGO: Se escucha riquísimo, ¿verdad? Así es, esto es un poco de lo que nos ofrece la gastronomía típica de Matambú. Y luego de bajar y subir por los senderos de la finca de Ezequiel y Gladys, nos volvió el hambre. Para la hora del almuerzo, ya la lluvia nos había caído encima. Al otro lado del sendero llegamos a la casa de Pedro Pablo y doña Elizabeth.... Una mesa servida con unos manteles floreados nos esperaba..</p>
<u>CONTROL</u>	<p><u>05.CERAMICA.EZEQUIEL 5:19</u></p> <p>LOC. 2 DIEGO: Después de mostrarnos su talento, intentamos hacerlo con la misma destreza que don Ezequiel. No fue un intento fallido, pero nos dimos cuenta que se necesita experiencia para convertir el barro en una artística pieza. Más adelante aquí en Guanacastequeando tendremos en el estudio a nuestra valiente compañera Yeimi Marín quien se animó a llenarse sus manos de barro.</p> <p>LOC. 3 KEYLIN: Don Ezequiel nos contó que su arte fue contratado por un famoso hotel de Guanacaste. Él hizo un mural de dos metros cuadrados en una de las estancias del hotel. Esta fue una gran oportunidad para él pues su talento ahora quedó a la vista de todos los visitantes y huéspedes que visitan la provincia. ¡Nos enorgullece, don Ezequiel!</p> <p>LOC.1 LUZ. Estimados oyentes, se me acaba de antojar un delicioso güacalito de murrú, ¿Han escuchado del murrú? Bueno, mientras don Ezequiel nos contaba contentísimo de su mural, llegó doña Gladys a cargarnos de energía con esta bebida. Ella misma nos cuenta la receta.</p>
<u>CONTROL</u>	<p><u>06.MURRÚ 1:21</u></p>



<u>CONTROL</u>	<u>ENTRA mantenimiento de Guanacastequeando</u>
LOC PRINCIPAL	<p>(BLOQUE 3: Académico 18 minutos aprox)</p> <p>LOC 1 LUZ: Usted está en sintonía de Guanacastequeando. Son las dos y () de la tarde y estamos transmitiendo en vivo desde la Sede Guanacaste de la Universidad de Costa Rica. Esta es su emisora 870UCR en amplitud modulada. Hoy hacemos un viaje a Matambú, la única comunidad indígena del Pueblo Chorotega. Hace un par de semanas estuvimos allá, como parte de una gira de campo del curso Comunicación para Otras Carreras de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva que por primera vez se imparte aquí en Liberia.</p> <p>LOC2 DIEGO: Aunque suene como un paseo a Matambú, esta fue una gira de campo con un objetivo de aprendizaje específico. Por ser un curso de comunicación, interesaba que nosotros los estudiantes, experimentáramos la vida cotidiana de una comunidad sobre la cual se creen ideas falsas como que los indígenas viven aislados, que se visten diferente, que les cuesta expresarse... Todo eso es falso en Matambú, son solo estereotipos que a veces algunos medios de comunicación repican. Oigamos, algunos ejemplos de boca de son Ezequiel Aguirre.</p>
<u>CONTROL</u>	<p><u>08.Estereotipos 1:37</u></p> <p>LOC3 KEYLIN: La comunicación social comprende que el conocimiento surge de la misma comunidad. Es decir, uno no puede llegar imponiendo a Matambú, sin conocer lo que las mismas personas han hecho, han experimentado o quieren hacer, por ejemplo, para divulgar su cultura y para que más gente los visite.</p> <p>LOC1 LUZ: Antes de la gira, entramos en contacto con la antropóloga estadounidense Karen Stocker quien desde hace más de dos décadas ha visitado, compartido con la gente y publicado sobre esta comunidad indígena. Fue don Ezequiel Aguirre quien habló de esta investigadora antes de nuestra visita. Escuchemos que fue lo primero que el profe Alejandro Vargas quiso preguntarle a Karen Stocker sobre el sentido y de valor de ir a Matambú.</p>



<u>CONTROL</u>	<p><u>09.Karen1 2:57</u></p> <p>.LOC 2 DIEGO: Como dijimos, ella es la antropóloga Karen Stocker. Es doctora en Antropología de la Universidad de Nuevo México en Estados Unidos. También es bachiller en estudios latinoamericanos del Carleton College en Minesota. Actualmente es docente e investigadora en Fullerton, la Universidad del Estado de California.</p> <p>LOC3 KEYLIN: Así es, nos encontramos con que una estadounidense es una de las profesionales que más ha investigado y realizado estudios sobre el pueblo y la gente de Matambú. ¡Aquí hay una lección adicional que nos obliga a ponernos las pilas para volver nuestros ojos hacia las raíces propias! Bueno, en honor a la verdad, también tenemos que decir que justo el día que llegamos a la casa de don Ezequiel nos encontramos gente de la Universidad Nacional que tiene una sede universitaria en Nicoya. Ahí también han investigado a profundidad sobre esta comunidad indígena. De hecho, la publicación de Karen Stocker de los años noventas sobre las historia orales de la gente de Matambú fue con el apoyo de la Universidad Nacional. ¡Bien por eso, un aplauso para los investigadores y estudiantes de esa otra universidad pública! Además, nos encontramos varias publicaciones muy interesantes sobre Matambú el medio digital La Voz de Guanacaste. Es importante que los periodistas escriban sobre nuestras raíces.</p> <p>LOC1 LUZ: Volviendo a la antropóloga Karen Stocker, ella también nos habló sobre los estereotipos... Los estereotipos son esas ideas que aunque pueden tener algo de cierto, son en realidad percepciones exageradas que muchas veces vulneran la dignidad de las personas. En Comunicación resulta estratégico, tenerlos mapeados para evitar transmitir conceptos equivocados.</p>
<u>CONTROL</u>	<p><u>10.KAREN - 5:25</u></p> <p>LOC2 DIEGO: Nosotros como estudiantes antes de la gira a Matambú, también necesitábamos consejos de cómo acercarnos a la comunidad... A veces lo obvio es preguntar sobre lo que vemos: la artesanía, la comida, el barro....¿Cómo ir más allá? Karen Stocker profundiza sobre eso.</p>
<u>CONTROL</u>	<p><u>010.Karen3. 3:50 (Ojo Keylin y Diego salen del estudio)</u></p>
<u>CONTROL</u>	<p><u>ENTRA MANTENIMIENTO DE GUANACASTEQUEADO</u></p>



LOC PRINCIPAL	<p align="center"><i>(BLOQUE 4 Estudiantes: 13 minutos aprox)</i></p> <p>LOC 1 LUZ: Estamos transmitiendo en vivo desde la sede Guanacaste de la UCR. Son las dos y (). Somos estudiantes del curso de comunicación para otras carreras de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva y hoy le invitamos a usted a que nos acompañe a Matambú, la única comunidad indígena del Pueblo Chorotega. Catorce estudiantes compartimos en el proyecto familiar Namu Nekupe, que en el idioma Chorotega quiere decir Pedacito de Cielo. Así que mis compañeros y compañeras del curso nos dirán si el nombre se acerca a la experiencia que tuvimos durante la gira del lunes 28 de mayo, a la que por cierto fuimos, gracias al apoyo de la sección de Transportes de nuestra sede universitaria.</p> <p>LOC 1 LUZ: Catalina Barahona nos acompaña en el estudio. Ella vive en El Coco y estudia ingeniería de alimentos aquí en la sede Guanacaste de la UCR... Hace un ratito oímos del arroz de maíz y del murrú... Me imagino que los alimentos te resultaron cercanos por tu carrera. Cata: ¿Qué aprendiste sobre el conocimiento comunitario de tiene Matambú al momento de preparar alimentos?</p> <p><u>(CATA CONTESTA, SEGÚN EL TIEMPO SE LE HACE OTRA PREGUNTA O NO)</u></p> <p>Gracias Cata. Otros compañeros también opinan de su aprendizaje a esta gira de campo a Matambú. <u>(AQUÍ ENTRAN YEIMI Y PATSI)</u></p>
<u>CONTROL</u>	<u>12.Rafaela.... 0:30</u>
<u>CONTROL</u>	<u>13.Fauricio....0:40</u>
	<p>LOC1 LUZ: Yeimi Marín, estudiante de ingeniería de alimentos, está aquí en el estudio. Ella fue la primera que levantó la mano cuando don Ezequiel pidió voluntarios para convertir el barro en una vasija. ¿Me imagino que el torno hace cosquillas en las manos cuando uno está moldeando el barro? ¿Qué recomendás a alguien que quiera atreverse a hacer una vasija? <u>(HAY QUE MEDIR CUÁNTO TIEMPO FALTA Y DECIDIR SI SE HACEN MÁS PREGUNTAS)</u></p> <p>LOC1 LUZ: Muchas gracias Yeimi. La compañera Tatiana Arias, estudiante de administración aduanera, también identificó alguna necesidad de comunicación y desde su carrera, ofrecerá una respuesta a Matambú. ¿Qué mensaje de comunicación crees que hace falta en esa comunidad?</p> <p>LOC1LUZ: Gracias Patsi por compartir tu experiencia en Matambú.<u>(OJO entran al estudio DIEGO Y KEYLIN)</u></p>
<u>CONTROL</u>	



<u>CONTROL</u>	<u>14.Carlos</u>
<u>CONTROL</u>	<u>15.Iván</u>
<u>CONTROL</u>	<u>16.Javier</u>
	<u>ENTRA Mantenimiento de Guanacastequeando</u> <u>LOC1 LUZ:</u> Usted puede escucharnos todos los lunes de dos a tres de la tarde, aquí en Guanacastequeado, el programa que hacemos en vivo desde la sede Guanacaste de la Universidad Costa Rica en Liberia. En la producción general de este programa especial sobre Matambú, estuvimos presentes todos los estudiantes del curso Comunicación para Otras Carreras de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva. El profesor del curso es Alejandro Vargas. <u>LOC2 DIEGO:</u> Gracias a Luz y Keylin, quienes junto a mí, los acompañamos en la locución en vivo. También gracias a Stephanie quien estuvo en los controles. Reiteramos nuestro agradecimiento a Jorge Alvarado, profesor de esta sede, quien lidera este espacio radiofónico y muy gentilmente nos cedió micrófonos para compartir la experiencia de la visita a la comunidad indígena de nuestra provincia. <u>LOC3 KEYLIN:</u> De hoy en ocho días y también, en quince días, otros compañeros y compañeras del curso estarán con Ustedes con unos programas interesantes...¿Cómo es la comunicación de la gente que va al Parque de Liberia, al mercado, a una iglesia y a un salón de baile? Se lo contaremos en los próximos dos programas de Guanacastequeando... Recuerden los lunes a las dos de la tarde por la 870 UCR. Buenas tardes.
<u>CONTROL</u>	<u>ENTRA careta final de Guanacastequeando</u>